

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

Л.А. Брусенская, Э.Г. Куликова*Ростовский государственный**экономический университет**г. Ростов-на-Дону, Россия,*

brusenskaya_l@mail.ru

kulikova_ella21@mail.ru

**ФЕЙК КАК ЭЛЕМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ¹****[Lyudmila A. Brusenskaya, Ella G. Kulikova****Fake news as an element of manipulating with public consciousness]**

New information technologies have significantly changed the models of modern media, the speed of news transmission, allowed readers to perform part of the duties of journalists, which turned them into content producers. Fake, fake news, unreliable messages, have turned today into a widespread, replicable way of manipulative influence on public consciousness. Different goals are achieved with the help of this technique: diverting public attention from really important news, gaining popularity, illegitimate enrichment, discreditation of the opponent and many others. Often the addressee of the fake message is not able to see specially veiled intention of the author behind really told message, the base for manipulative influence is formed. By increasing the degree of inadequate perception of the information field, manipulative techniques expand the illusory subjective reality. Fakes can provoke "information attacks".

Key words: information, fake, verbal manipulation, media, fake news.

Слово «фейк» (от англ. «fake» ‘фальшивый, ненастоящий’, разговорный вариант – ‘липовый’), с его негативной прагматикой, в последнее десятилетие стало общеупотребительным. Оно включено в «Словарь модных слов» [10], причем там отмечается, что слово это не просто модное, но «сверхмодное, супермодное, мегамодное», а продуктивнейшая модель современного русского языка – это «фейк-» (с дефисом) плюс любое существительное: фейк-авторитет, фейк-новости, фейк-оппозиционер (так что если процесс пойдет и дальше, то «четырёхтомные словари русского языка станут пяти-томниками, причем отдельный том займут слова на букву «ф» [9, с. 289]. Не менее частотно и прилагательное «фейковый».

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 18-012-00085

В последнее время оформилось и стало чрезвычайно актуальным понятие фейковых новостей, то есть сфабрикованных новостных материалов, которые вводят в заблуждение реципиентов. Само явление, естественно, не ново (ср. понятие «газетная утка», которому не менее трехсот лет), однако увеличение каналов информации не только не обеспечило прозрачности и точности данных (как ожидалось), но стало фактором многократного увеличения потока фейков. Если в традиционных СМИ советского периода новости достаточно тщательно проверялись на достоверность и сомнительные не публиковались (при том, что, конечно, всегда имели место «поправки», обусловленные идеологией), то сегодня фейк из исключения, свидетельствующего о непрофессионализме или недобросовестности его создателя, стал вполне приемлемым методом формирования информационного пространства. Именно поэтому столь велико исследовательское внимание к феномену фейков и фейковых новостей в современной гуманитаристике, ср. работы, специально посвященные этой проблеме: [2: 3; 4; 10; 12; 15; 16; 17] и мн. др.

Сегодня нередко звучат утверждения журналистов-практиков о том, что и власти, и обществу нужны не столько правда, сколько правдоподобная информация. Такие тенденции развития журналистики приводят к тому, что место «журналистики факта» занимает «правдоподобная журналистика», а также «журналистика мнений» и даже «журналистика впечатлений». Именно об этом свидетельствует повсеместное распространение фейков [4]. Когда целью публикации и распространения новостей является только привлечение внимания читателей, появляется огромное количество недостоверной информации. «...наше изолгавшееся время вполне достойно того, чтобы назвать его фейк-эпохой» [9, с. 289].

Фейковые новости способны отвлечь внимание аудитории от действительно значимых и важных новостей; фейк-новости в интернете служат для увеличения популярности (причем даже «черный» пиар работает на популярность) или заработка: сенсационные новости об известных людях передают друг другу, комментируют, делают репосты, что увеличивает популярность ресурса и приносит прибыль. Фейки используются как мощное средство манипулирования общественным сознанием. Это происходит потому, что сегодня прямое идеологическое давление на реципиента применяется значительно реже, чем ранее, и с целью «ненавязчивого навязывания» используются

инные средства, главным образом – манипулятивные. Манипулятивное воздействие характеризуется следующими устойчивыми показателями: оно осуществляется целенаправленно и скрытно; оно содержит алгоритмы программирования как мышления, так и восприятия и поведения объекта; включает методы и приемы, с помощью которых оказывает целенаправленное воздействие на психику, вторую сигнальную систему и компоненты сознания объекта воздействия[5]. Информационные потоки, обрушивающиеся на массовое сознание, лишают потребителя масс медиа возможности активно(критично) их перерабатывать, оставляя ему только пассивную роль, что и является предпосылкой манипулятивного воздействия.

С.Н. Ильченко пишет о фейковой журналистике как об элементе шоу-цивилизации [2; 3]. Шоу-цивилизация, по мнению автора, современная система информационных связей в социуме с противоречивыми, сложными отношениями между реальностью, конструируемой телевизором, и эмпирической реальностью в результате новых принципов создания новостного контента. По сути, практически игнорируется вопрос о достоверности информации, поскольку принципы оперативности и наглядности оказываются важнее, чем правдивость и объективность информации. Фейк – явление информационной среды, и как явление информационной среды он тесно связан с другим (еще более глобальным) явлением – шоу-цивилизацией, то есть имитирующей действительностью посредством конструирования виртуальной реальности в электронных СМИ, а также в Интернете.

Скорость и визуальная наглядность той или иной «картинки» в плане новостных впечатлений для аудитории важнее, чем обычная словесная (текстовая) информация. При этом в комбинации «картинка + текст» и «картинка + звук», довлеет именно визуальное изображение. Манипулятивность информации формируется не только за счет «противопоставленности гносеологической истине» [1, с. 14], но и за счет скорости внедрения текстового сообщения.

Журналист не только представляет новости, но в той или иной степени он комментирует и объясняет их. В зависимости от своих целей, он может вынести на публичное обсуждение самые разные, в том числе провокационные, точки зрения, столкнуть их и прокомментировать, давая обществу представление о богатстве, разнообразии взглядов и мнений, или же, напротив, не обеспечивать аудитории доступ к недостоверной, тенденциозной информации. Но-

востное сообщение может изобразить второстепенного участника события в качестве главного действующего лица и, напротив, умалить роль главных деятелей. «Новость», основанная на непроверенных показаниях лиц, которые якобы были свидетелями каких-либо событий, формирует чистый фейк.

Фейковые новости могут создаваться исключительно в целях развлечения потребителя. Сегодня пользователи социальных сетей постоянно встречаются с фейками, создаваемые и распространяемые в целях повышения интернет-трафика. В высшей степени опасны те «новости», которые создаются с целью дискриминации по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, принадлежности к какой-либо социальной группе, по политическим убеждениям, а также фейки, распространяемые для того, чтобы мошеннически завладеть денежными средствами (например, сообщения о сборе денег на лечение тяжелобольных детей, на поверку которые оказываются ложными).

В эпоху Интернета производить, распространять и получать информацию может любой человек, имеющий выход в Сеть. Инициативные блогеры начинают выполнять функции журналистов, что, с одной стороны, соответствует основополагающим демократическим принципам, а с другой стороны, самопровозглашенное присвоение себе полномочий СМИ приводит к игнорированию принципов работы с фактами [10, с. 17]. Фейки, которые рождаются при этом, естественно, находятся за рамками социальных норм и профессиональной журналистской этики.

Понятно, что в своей работе журналист не только стремится выполнить свою высокую социальную миссию, но также принести прибыль редакции и владельцу медиа. Это обстоятельство порождает стремление к сенсационности любой ценой, ведет к упрощению информации в погоне за массовой аудиторией. Фактор целеполагания со стороны журналиста не всегда необходимое условие возникновения фейка, то есть совсем не обязательно, чтобы фейковую информацию в журнале или газете, радио- и телеэфире, на сайте того или иного информационного агентства распространяли со злым умыслом. Это может быть результатом и свидетельством депрофессионализации и некомпетентности представителей медиа, для которых метод создания информационного продукта исчерпывается прозвучавшим в известном советском мультипликационном фильме: «И так сойдет!» [2]. То есть фейки

бывают двух видов: фейки-ошибки, возникающие случайно, и фейки-манипуляции, к которым прибегают сознательно. Для создателей фейков, манипулирующих вниманием и эмоциями реципиентов, важнее нанести некий эмоционально-интеллектуальный удар, для чего вовсе не нужна точная информация. Цели фейковых манипуляций могут сильно варьироваться – от безобидного розыгрыша до уничтожения политического конкурента или соперника в бизнесе. Политические цели преследовала фейковая информация о причастности РФ к отравлению разведчика-предателя Скрипаля и его дочери; это «политическая мистификация, провокация с намерением обвинить Россию в нецивилизованности, задвинуть ее в угол к странам-изгоям, Путина приравнять к Гитлеру, назначить нас ответственными за все зло. Мозги Старому и Новому Свету промыты столь основательно, что в целом удобная версия принимается...» [7; с. 9]. И хотя обнародовано заключение британской секретной химической лаборатории «Портон-Даун» о том, что установить страну, изготовившую яд, не представляется возможным, фейк, озвученный Терезой Мэй, сыграл свою пагубную роль.

Итак, фейки, которые существовали раньше как редкие примеры непрофессиональной и недобросовестной работы СМИ, сегодня оказались максимально востребованными и внедренными в практику СМИ всех типов и видов [3; с. 14-18]. Широкое распространение фейковой журналистики справедливо связывается с таким фактором, как минимизация производственных затрат на выпуск качественного новостного контента. Традиционный процесс выпуска новостей чрезвычайно затратен, и естественно стремление уменьшить эти затраты. Однако это настолько важный для общества контент, что его производство должно поддерживаться государством (как поддерживаются образовательные учреждения, музеи, театры и т.д.). Гражданское общество может нормально функционировать только в условиях объективной информации, исключающей манипуляцию общественным сознанием в публичной коммуникации.

Как известно, манипулирование тогда осуществляется, когда реципиент не в состоянии увидеть за сказанным сознательно завуалированные интенции отправителя сообщения. Увеличивая уровень искажения при восприятии информации, вербальная манипуляция раздвигает границы иллюзорной субъективной реальности [1]. К.Ф.Седов [11] подчеркивает, что манипуляция яв-

ляется скрытым воздействием, осуществляемым с помощью средств коммуникации и нацеленным на изменение поведения собеседника. Именно такое воздействие нередко оказывают фейковые сообщения.

Фейки подрывают репутацию СМИ и разрушают современные демократические ценности. Медиа перестают восприниматься как источник правдивых и объективных свидетельств о том, что происходит в регионе, в стране, в мире. И если для сетевых ресурсов обратная связь не столь актуальна, то для традиционных СМИ это вопрос первостепенной важности. Значительная часть реципиентов стабильно скептически относится ко всем каналам и источникам распространения общественно значимой информации. Ср. фрагмент из интервью с актером Леонидом Куравлевым:

Вообще сейчас наступили страшные времена – полный беспредел! Пресса укладывала меня два раза с инсультом. А мне потом звонят с предложением: «Леонид, у нас для вас есть хорошая роль, вот только как вы себя чувствуете, что здоровье?» Я говорю: «Желтухи» начитались?» Ну, мол, ходят слухи... На это я просто вешаю трубку. <...> Ну, как на это так? Что за бред... Или Киев звонит, говорит, что хочет сделать серию интервью с русскими актерами, которых любят на Украине. Можно к вам приехать? Я говорю: «Нет, не надо». А газета, между прочим, называется «Бульвар». Выходит в скором времени, мне ее пересылают друзья. А там... они сами пишут вопросы и сами же от моего имени на них отвечают. Так появилось «мое» интервью. А еще кошмар был, когда по Первому каналу в новостях сказали, что Куравлева доставили в больницу с инсультом и врачи борются за его жизнь... А я сижу перед телевизором и смотрю все это! С тех пор я просто возненавидел всю прессу» [13; с. 226-225].

Особенно опасны фейковые сообщения, дезинформация по поводу реально трагических событий. В день пожара в кемеровской «Зимней вишне» по разным каналам распространилась информация о сотнях погибших. Чудовищных размеров дезинформация достигла после того, как новость подхватили популярные блогеры Дмитрий Иванов, Николай Соболев, Александр Движнов, а затем к ним присоединились деятели оппозиции. Ср.: Немедленно высывавшие вместе со скорбящими и возмущенными гражданами так называемые несистемные оппозиционеры остались разочарованы. Оживленные их мордашки, не способные скрыть радостного возбуждения от ожидаемой

«монетизации движа», и бесхитростные попытки конвертировать конкретное возбуждение в глобальные лозунги («Импичмент, импичмент, импичмент!», - твердила на Пушкинской в Москве рукопожатая писательница Петрушевская) оказалась в этом горе не более уместна, чем всегда [8, с. 2]. То есть двухдневная «вброс-кампания», которая сопровождала кемеровскую трагедию, была использована для манипуляции, преследовавшей политические цели. Ср. также: «Во время недавних трагических событий в Кемерове проблема фейковых новостей встала особенно остро. За первые часы в интернете, социальных сетях и мессенджерах появилось огромное число сообщений с ложными сведениями. В них присутствовала, как впоследствии выяснилось, не только непроверенная, но намеренно сфальсифицированная информация. Уровень современных информационных технологий легко позволяет делать вбросы, которые активно подхватываются аудиторией, как в случае пожара в Кемерове, доставляют страдания людям и подрывают доверие к власти» [6, с. 4].

Откровенно ложная информация была подхвачена и теми, кто делился фейками без злого умысла. Ср. об известном актере: *Дурачок Даня Козловский тоже перепостил дезу про 140 погибших детей. Сейчас, наверное, локти кусает* (Экспресс-газета, 2018, № 14. С. 2). Очевидно, так происходит из-за отсутствия опыта коммуникации в новой информационной среде. «Информационная волна распространяется через непрофессионалов из-за того, что людям хочется поговорить о том, в чем они не разбираются. <...> Это проблема реальных пользователей, которые вписывались в эту историю на волне истерии» (Культура, 2018, № 11. С. 4).

Одна из причин, по которой люди верят ложной информации и охотно участвуют в ее распространении – недоверие к официальным сообщениям по государственным каналам. В нашей стране еще с советских времен сформировалась тенденция информацию о крупных происшествиях, тем более о катастрофах выдавать не в полном объеме, дозированно, постепенно, а то и просто использовалась референциальная эвфемизация, затемняющая суть явления. Делалось это для того, чтобы не создавать паники. Конечно, в кризисной ситуации паника, страх могут отключать людей от рационального восприятия происходящего. Но чем скорее и полнее будет дана информация от официальных властей, тем меньше вероятности возникновения паники и истерии и тем меньше остается пространства для провокаций и дезинформации.

Очень важно планомерно решать проблему противодействия фейкам, фейковым новостям (при том, однако, что безусловно должна быть соблюдена свобода слова и распространения информации). Фальшивая, чаще всего сенсационная информация, которая только маскируется под обычную новостную, должна быть пресечена с помощью законодательных актов. Пока законодательство не дает надежных инструментов для предотвращения фейков, если при этом не затрагиваются чьи-либо интересы. Уголовный кодекс предусматривает наказание за клевету, причем дело в отношении клеветника возбуждается только по заявлению потерпевшего. В 2017 г. принят Закон № 208-ФЗ для предупреждения вброса фейков за пределами социальных сетей.

Естественно, что потребителям новостных сообщений необходимо иметь знания о том, как не попасть под манипулятивное воздействие, каким образом получать адекватное представление о событиях. Много становится ясно уже по заголовку: если в заголовке особо подчеркивается сенсационность новости, это повод насторожиться. Большая часть фейковых новостей содержит в себе потенциал сенсации, и заголовки в таком случае формулируются как ловушка для читателя. Это вообще любимый прием так называемых “желтых” изданий. В эпоху Интернета каждый человек, обладающий информационной грамотностью, имеет возможность получить достоверную картину событий. Любую информацию можно перепроверить, используя альтернативные источники. При оценке достоверности сообщения, безусловно, должны учитываться такие факторы, как наличие открытого перечня источников информации, сведения о компетентности источников информации и об их независимости друг от друга.

Новые информационные технологии существенно изменили модели современных медиа, скорость передачи новостей, позволили читателям выполнять часть обязанностей журналистов, что превратило их в производителей контента. С мест событий пишут тысячи пользователей соцсетей, а мнения по поводу значительных социальных событий высказывают блогеры и т.д. Но отсутствие профессиональной подготовки не гарантирует точности, непредвзятости, объективности. Ср.: *Сейчас крепнет еще один страстный народный запрос – вернуть доверие к слову. Доверие, утраченное катастрофически, ибо слишком часто власть, СМИ, так называемые «звезды», а равно большинство пользователей соцсетей нарушали и продолжают нару-*

шать то самое святое правило «Зачем нужно слово, если оно не несет правды?». Пустой корявый шлак, мегатонны вербальной руды, производимые на всех уровнях государства и общества, теснят, давят, не дают дышать... [14, с. 2]. По всем вопросам, так или иначе разделяющим наше общество, необходимо взвешенное обсуждение, участники которого в полной мере сознают свою ответственность за сказанное.

Итак, от применения фейков страдает все общество. Они могут спровоцировать «информационные теракты» огромной разрушительной силы [12]. Поэтому негативные тенденции, связанные с применением фейков, необходимо описывать, изучать и анализировать, чтобы избежать манипулятивного влияния фейковой информации.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Беляева И.В.* Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты. Ростов-на-Дону, 2008.
2. *Ильченко С.Н.* Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2237> (дата обращения 13.05.2018)
3. *Ильченко С.Н.* Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации// Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. 2016.
4. *Иссерс О.С.* Медиафейки: между правдой и мистификацией// Коммуникативные исследования. 2014. № 2.
5. *Кучеренко К.В.* Речевое манипулятивное воздействие в политической коммуникации (на материале выступлений испанских политиков). Автореф. дис....канд. филол. наук. М., 2013.
6. *Левин Л.* Сегодня каждый пользователь способен получить достоверную картину происходящего // Культура. 6-12 апреля. 2018.
7. *Мамонов В.* Кто не скачет – тот Скрипаль // Культура. 6-12 апреля. 2018.
8. *Мараховский В.* Либералы не скрывали радостного возбуждения // Экспресс газета, 2018, № 14.

9. *Новиков Вл.* Словарь модных слов. Языковая картина современности. М., 2016.
10. *Распопова С.С., Богдан Е.Н.* Фейковые новости. Информационная мистификация. Учебное пособие для вузов. М., 2018.
11. *Седов К.Ф.* Речевая манипуляция как стремление к власти над человеком // Проблемы речевой коммуникации. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 4. Саратов, 2004.
12. *Суходолов А.П.* «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2.
13. *Тендора Н.Я.* Вячеслав Тихонов. Князь из Павловского Посада. М., 2010.
14. *Ямпольская Е.* Худсовет для Крыма-2 // Культура. 2017. № 20.
15. *Borden S.L.* The role of journalist and the performance of journalism: Ethical lessons from «fake» news (seriously) // Journal of Mass Media Ethics. 2007. Vol. 22, No. 4.
16. *McBeth M.K.* Is the Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert on Democratic Discourse, Politics, and Policy [Electronic resource]. URL: https://works.bepress.com/mark_mcbeth/37/ (date of access 13.05.2018)
17. *Marchi R.* With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity» // Journal of Communication Inquiry. 2012. Vol. 36. No. 3.
18. *McEvers K.* Stanford Study Finds Most Students Vulnerable To Fake News [Electronic resource] URL: <http://www.npr.org/2016/11/22/503052574/stanford-study-finds-most-students-vulnerable-to-fake-news> (date of access 13.05.2018)

R E F E R E N C E S

1. *Belyaeva I.V.* The phenomenon of speech manipulation: linguistic and legal aspects. Rostov-on-Don, 2008.
2. *Ilchenko S.N.* Fake in the practice of electronic media: criteria of reliability // Mediascope. 2016. Vol. 4. [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/2237> (application date 05/13/2018)

3. *Ilchenko S.N.* Fake journalism as an element of modern show civilization // News of the Ural Federal University. Ser. 1. Problems of education, science and culture. Vol. 153. 2016.
4. *Iser O.S.* Media fiction: between truth and mystification // Communicative research. 2014. No 2.
5. *Kucherenko K.V.* Speech manipulative influence in political communication (based on the statements of Spanish politicians). Thesis Abstract. M., 2013.
6. *Levin L.* Today, each user is able to get a reliable picture of what is happening // Culture. April 6-12. 2018
7. *Mamonov V.* Who does not jump – that is Skripal // Culture. April 6-12. 2018.
8. *Marakhovsky V.* Liberals did not hide the excitement of joy // Express newspaper. 2018. No 14.
9. *Novikov V.I.* Dictionary of buzz words. The language picture of modernity. M., 2016.
10. *Raspopova S.S., Bogdan E.N.* Fake news. Information hoax. Textbook for universities. M., 2018.
11. *Sedov K.F.* Speech manipulation as the desire for power over man // Problems of speech communication. Interuniversity collection of scientific papers. No 4. Saratov, 2004.
12. *Sukhodolov A.P.* "Fake news" as a phenomenon of modern media space: the concept, types, purpose, countermeasures // Questions of the theory and practice of journalism. 2017. Vol. 6. No. 2.
13. *Tende N.Y.* Vyacheslav Tikhonov. Prince of Pavlovsky Posad. M., 2010.
14. *Yampolskaya E.* Art Council for Crimea-2 // Culture. 2017. № 20.
15. *Borden S.L.* The role of journalist and the performance of journalism: Ethical lessons from «fake» news (seriously) // Journal of Mass Media Ethics. 2007. Vol. 22, No. 4.
16. *McBeth M.K.* Is the Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert on Democratic Discourse, Politics, and Policy [Electronic resource]. URL: https://works.bepress.com/mark_mcbeth/37/ (date of access 13.05.2018)

17. *Marchi R.* With Facebook, blogs, and fake news, teens reject journalistic «objectivity» // *Journal of Communication Inquiry*. 2012. Vol. 36. No. 3.
18. *McEvers K.* Stanford Study Finds Most Students Vulnerable To Fake News [Electronic resource] URL:<http://www.npr.org/2016/11/22/503052574/stanford-study-finds-most-students-vulnerable-to-fake-news> (date of access 13.05.2018)

10 июля 2018 г.
